

DOI: 10.3969/j.issn.1673-8268.2019.03.007

引用格式: 周克放.《电子商务法》视角下网约车平台的信息披露义务[J].重庆邮电大学学报(社会科学版) 2019(3): 57-62.



《电子商务法》视角下网约车平台的信息披露义务^{*}

周克放

(厦门大学 知识产权研究院 福建 厦门 361005)

摘要:近年来网约车平台的信息管控问题受到较多关注。网约车属于服务型电子商务平台,具有更强的人身安全保障需求,以区别于以实物商品为交易标的的商品提供型电子商务平台。网约车平台对于服务提供过程中的驾乘信息有强大的管控能力,同时也需承担承运人责任。《电子商务法》为电子商务平台直接或间接设定了信息披露义务,在《电子商务法》未明确规定或仅做原则性规定的情形下,网约车平台亦应当根据实际情况将相应信息做单独处理以满足乘客、利益相关人和国家机关合法的信息披露要求。在一般情况下,网约车平台需向一般公众提供平台信息与平台内经营者信息,特别是法律要求的基本信息,而在特殊情况下,网约车平台不仅需要提供相应个人信息与运营信息,还需满足披露质量上的即时性和全面性要求。

关键词:电子商务;网约车平台;个人信息;信息披露义务

中图分类号: D913

文献标识码: A

文章编号: 1673-8268(2019)03-0057-06

一、问题的提出

近年来网约车安全问题频发。对于消费者来说,网约车虽然便利了生活,但同时也带来了安全方面的困扰。对于网约车平台来说,有机会合法地与传统巡游出租车企业展开竞争并在近年来迅速扩张,表明社会公众对网约车需求量的增长。

2018年5月6日发生的“郑州空姐乘顺风车遇害案”以及同年8月24日发生的“温州女孩乘顺风车遇害案”均为网约车运营过程中发生的典型案件。此两起案件既引发了社会公众对于网约

车安全性的担忧,同时也引发了学界对于网约车平台对所掌控的用户信息过度披露或者拒绝披露问题的关注。就《电子商务法》的规定来看,网约车平台属于电子商务平台,网约车司机属于站内经营者,而乘客则属于消费者,网约车平台负有相当程度的信息保护和信息披露义务,特别是对关乎消费者人身和财产安全方面的信息披露,网约车平台应该给予更多的重视。

现有的对于电子商务平台关于信息披露方面的研究更多地是关注知识产权侵权的问题,如平台商家商品侵犯他人商标权、专利权或版权时,电

^{*} 收稿日期: 2019-03-11

基金项目: 司法部国家法治与法学理论研究项目: 互联网环境下反垄断法实施困境与对策研究(16SFB5031)

作者简介: 周克放(1989-),男,江苏连云港人,博士研究生,主要从事知识产权法、网络法研究。

子商务平台应当承担何种信息披露义务。而网约车平台作为服务提供型电子商务平台,典型区别于商品提供型平台,在发生侵权问题时或者其他特殊情境下,网约车平台在信息披露方式、内容以及时间等方面应当履行何种披露义务值得关注。在《电子商务法》背景下,网约车平台保护其用户信息非常有必要,但是如何设定一种既符合法律规定,又符合市场交易各方利益的网约车平台信息披露义务规范,有进一步讨论的必要。

二、网约车平台作为电子商务平台的特殊性

《电子商务法》为电子商务平台设定了诸多义务,具体到不同类型的电子商务平台时,又需根据平台所提供的商品或服务的特点而设定不同的义务承担方式。网约车平台之所以需要承担相应的信息披露义务,需要从平台特征、平台自身法律地位以及平台对于信息的控制能力来考察。

(一) 网约车平台区别于传统实物商品交易平台

根据对《电子商务法》第9条的理解,网约车平台是典型的服务提供型电子商务平台。服务提供型电子商务平台强调信息发布、交易撮合以及价款收转功能,而具体服务的提供则由电子商务经营者(网约车司机)在线下直接向消费者提供。与实物商品提供型电子商务平台的相同之处是,二者的产品(商品与服务)信息均在网上发布,电子商务平台起中介作用(如广告发布、价格告知、价款转交等)。不同之处在于,大部分商品提供型电子商务强调商品通过邮寄的形式送达消费者,而极少发生面对面的交易,或者即使发生面对面的交易,也以商品本身为交易标的;而在网约车商务中,交易的达成依赖司机这一平台经营者直接向消费者提供服务,而服务主要通过人力劳动完成,更多地体现为司机与乘客的直接接触。这使得服务提供型电子商务平台与商品提供型电子商务平台有很大的区别。

上文引述的两个恶性案件均发生于网约车司机与乘客见面后,特别是在后一案例中,在乘客与家属失联后短暂的黄金救援时间里,网约车平台因各种原因未第一时间向警方披露司机的相关信息,这可能与乘客人身损害的发生有重要关联。

在整个过程中,可以很明显地发现网约车平台的运作特征。网约车平台的运作程序是:第一步,乘客通过网约车平台进行网上车辆预约;第二步,网约车平台向顺风车司机发布用车信息,由司机选择是否接单;第三步,司机前往接送乘客。由于顺风车存在司机选择乘客的问题,而目前顺风车业务已下架,在该平台的“专车”或“快车”两类平台派单服务中,将第二步改为平台派单即可。

网约车平台区别于一般商品提供型电子商务平台的特征由此变得显而易见。在第一步中,乘客之所以选择某一网约车平台的某一类用车服务,所考察的问题无非在于平台是否可信赖和用车价格,而价格是可以明示并相对固定的,平台是否可靠则依赖乘客对于更多信息的分析,如企业信息、车辆信息、司机信息等;在第二步平台派单过程中,更多强调平台内部的工作流程,也即平台会根据自己对乘客用车信息和平台司机信息的研判进行选择;第三步即服务直接发生的步骤,在该步骤中,司机与乘客直接接触,尽管驾乘沟通已脱离平台控制,但平台却能够完全掌握整个行程信息(车辆位置、行使时间、行使路线等)。相较于商品提供型电子商务,服务提供型电子商务由于服务的发生致使电子商务经营者与消费者发生直接接触,相较于驾乘双方信息的不对称,网约车平台对于信息的掌握则全面而深入。由于服务的直接性,驾乘双方发生纠纷的案件时有发生,如果说商品提供型电子商务更多的是语言上的间接沟通(如淘宝网的阿里旺旺平台),服务提供型电子商务则更多地强调人身方面的沟通(车内驾乘语言沟通等),人身直接沟通无限增加了双方安全方面的不稳定性。虽然本文引述的案例为乘客受害案,但实际上司机受害案件也常见于媒体。无论是乘客还是司机,在案件发生时第三者介入成为避免安全事件发生或者避免事态扩大的重要渠道。

(二) 网约车平台具有特殊法律地位

法律地位的明确是网约车平台信息披露义务存在的前提,并且可以为该义务设定边界。根据2016年七部委联合发布的《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》(以下简称《暂行办法》)的规定,网约车平台承担承运人责任,承认其无承运人地位有利于理顺网约车模式下的复杂法律关系^[1]。有学者分析认为,网约车平台与传统的巡

游出租车公司有较大区别,要求网约车平台承担承运人责任不合理,其认定方式可以类比于海商法上的特殊承运人^[2];也有学者指出,网约车平台与司机之间属于承揽关系,平台在司机与乘客之间扮演了居间角色^[3]。但在风险高发的现阶段,设定承运人责任,促使网约车平台对平台内司机和车辆资质要求的提高似乎也是无奈之举。

在近年来发生的多起对网约车平台提起的交通事故责任案件中,法院对于网约车平台法律地位的认定不一。在司法案件中,网约车平台往往主张自己为提供信息平台的居间人,而乘客往往主张双方为运输合同关系,网约车平台为承运人,法院一般倾向将平台认定为运输合同中的承运人^①,但也有法院以法律法规并无明确规定为由拒绝认定平台的承运人责任^②。《暂行办法》又将快车专车作为一类,与私人小客车合乘(又称拼车、顺风车)分别认定,将后者的责任认定方式下放给城市人民政府规定,这使顺风车领域有更大的不确定性^③。

在本文看来,现阶段依据《暂行办法》很有必要将经营一般意义上的网约车(快车、专车)服务的网约车平台认定为承运人,小客车合乘问题上亦有必要将网约车平台认定为承运人。如果平台主张居间人的地位,则该居间行为的合法性值得质疑,因为根据我国法律的规定,私人小客车并无营运资质,而这种合乘实质上仍然是收费载客的行为。如果放任这种行为的蔓延,将必然导致诸多网约车甚至非法车辆选择从事顺风车业务,因为一方面其受到的平台监管较弱,另一方面其可以通过网约车平台的名义任意载客。如果说网约车与所谓“黑车”的不同之处在于网约车通过依法取得《网络预约出租汽车运输证》和《网络预约出租汽车驾驶员证》从事营运业务,小客车合乘一旦涉嫌营运则属于从事《中华人民共和国道路运输条例》(以下简称《运输条例》)第2条规定的道路旅客运输业务。因此从法律规定的角度来看,网约车平台不论是仅从事单纯的快车专车业务,还

是涵盖顺风车业务,均应当依照承运人的责任认定方式进行认定。因为我国设定道路运输营运资质的原因就在于规范客运和货运,对于没有营运资质的客运行为在各地都是禁止的,如上海就于2006年出台了《上海市查处车辆非法客运规定》,在《运输条例》中为客运经营人设定的规范本身就是为了避免因为直接或间接承运人营运能力不足、身份信息不明等原因而导致营运水平不足或责任逃避等问题的发生,这实际上已经涉及到了营运车辆和司机信息披露的问题。从另一个角度看,尽管网约车平台内部可能对快车专车和顺风车进行了分类管理因而主张减轻顺风车发生事故时自己的责任,但从乘客付费乘车的角度看来,并不能区分二者在法律性质上的区别,更无法认识到网约车平台对顺风车的监管更弱,而是将快车专车与顺风车统一认定为网约车平台内的车辆,只是用车形式不同而已。

尽管网约车平台与传统的承运人有不同之处,但应当认识到网约车平台获得了事实上规范平台的电子商务的管理权^[4]。因此,本文认为,不论是从法律的直接规定还是网约车的发展现状来看,都应当将网约车平台认定为承运人,以进一步规范其信息披露义务。

(三) 网约车平台拥有强大的信息控制能力

网约车平台之所以需要承担相应的信息披露义务,原因不仅在于其特殊的承运人主体地位,还在于其具有相应的信息控制能力。这种网约车运营过程中的负外部性、信息不对称性、垄断性结构等特点^[5],使得这种特殊主体需被施加更严格的法律规制。网约车平台获取信息的方式有两种,一种是,司机在加入平台时,需向平台提交相应的个人信息和车辆信息,如《暂行办法》第12~15条、第18~19条以及《电子商务法》第27条规定的信息采集要求^④,同时,平台在经营过程中又可以采集用户的相关信息,如用户姓名、联系方式、支

① 参见(2016)渝0152民初3378号判决书、(2017)皖01民终3982号判决书、(2017)豫01民辖终2091号裁定书。

② 参见(2016)京0108民初33393号判决书。

③ 如《武汉市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法实施细则》中并无顺风车方面的规定,而《西安市网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》中则直接规定不得以私人小客车合乘名义提供网约车经营服务。

④ 《暂行条例》要求网约车司机应凭《网络预约出租汽车运输证》和《网络预约出租汽车驾驶员证》上岗,且网约车平台应进行身份信息真实性审查,如实采集与记录驾驶员服务信息等。《电子商务法》要求电子商务平台应要求平台内服务提供者提交其身份、地址、联系方式、行政许可的真实信息且进行核验、登记并定期更新。

付信息等用户授权的信息;另一种是,网约车平台基于其服务的特殊性,可以在服务过程中采集到司机和乘客的信息,包括行驶路线、速度、时间、同一车内的驾乘人员信息等更为深入的信息。此外值得关注的是,在电子商务平台中,普遍存在“双向评价”系统,在网约车平台中则存在乘客和司机的双向评价机制,这种评价机制有利于避免交易中的“陌生人危险”^[6]。但在以往发生的电子商务平台侵权纠纷中,因恶意或者负面评价引发的问题并不鲜见,即便是积极的评价(如网约车司机对乘客的相貌美丽的评价)也可能引发其他侵权问题。一个显而易见的问题是,此类问题的发生并不在于评价信息本身,而在于平台并没有做好评价人身份信息与评价内容的分离工作。

相较于常见的淘宝、京东等商品提供型电子商务平台,网约车平台对于信息的控制能力更强。在常见的商品提供型电子商务平台中,平台内经营者往往可以自己编辑展示其商品的网页,而在现有网约车服务中,平台完全控制了信息展示环节,乘客无法通过提前查看可选司机信息的方式选择用车服务,而只能由控制全部信息的平台提供。

由此可见,网约车平台对于站内经营者(司机)和消费者(乘客)的信息有较为全面的了解,同时还通过技术平台采集到大量与整个行程直接相关的信息。网约车平台具有巨大的信息采集能力,在大数据价值备受关注的今天,数量庞大的司机与乘客的信息被网约车平台掌握,其经济价值日渐凸显,网约车平台信息的获取和共享可能发生异化,信息极易受到各种可能的侵害^[7],因此要求电子商务平台承担相应的信息保密义务非常重要。

三、网约车平台信息披露的一般与特殊义务

在《电子商务法》基本框架下,电子商务平台负有信息保护和信息披露两方面的义务。信息披露义务又可以分为固有的信息公开义务和特殊情况下的信息披露义务两个方面,后一方面强调信息保护的例外。在信息披露过程中可能存在大量个人信息披露的问题,如驾乘安全案件中,无论潜在的受害人为司机还是乘客,平台都有义务及时

披露相关人员的个人信息,此时信息的披露要求将因国家公权力的介入而产生违法阻却,如何把握信息披露的比例尺度,将是未来立法和司法的方向^[8]。

(一) 符合公众基本需求的一般信息披露义务

从消费者与经营者这一基本框架的角度来看,经营者向消费者提供相应商品或者服务的必要信息是其履行经营义务的行为^[9],这一点在《消费者权益保护法》第8条中有明确规定。电子商务经营过程中,消费者往往处于信息不对称的不利一方,因此《电子商务法》设定了较多保护消费者权益的信息披露义务条款,强调网约车平台应当为其不特定用户群体提供使用该平台所需的基本信息。

网约车平台属于电子商务平台经营者,乘客选择何种网约车服务固然与实际发生的服务体验有关,但网约车平台作为统一对外提供服务的承运人,其信息对于用户来说至关重要。网约车平台应当向用户提供其企业基本信息,包括公示及更新其营业执照、行政许可等信息。

电子商务平台中的商品或服务信息的披露义务本应由平台内经营者承担,包括价格、产品类别等。上文已指出,区别于一般商品提供型电子商务平台,网约车平台控制了其服务信息的展示,司机信息、车辆信息、服务价格信息等内容均由平台披露。现有网约车平台已向公众提供的信息仅有服务价格,司机和车辆的基本信息仅在平台为乘客派单后乘客才能够看到。交通运输部等部委已发布通知允许乘客选择司机,这就是说,网约车平台应当向一般公众适度披露可供选择的网约车信息,即在乘客发出用车需求后,根据其意愿向其提供适量的网约车信息以降低信息不对称带来的安全风险。

(二) 符合特殊情境需求的信息披露义务

网约车平台与一般电子商务平台不同,其提供服务的特征要求其承担承运人责任。但与《运输条例》中承运人不同的是,网约车平台更偏向于电子商务,除服务的实际发生外,所有的信息交互均在网完成,这也向网约车平台提出了更高的

信息控制能力方面的要求。

网约车平台应向用户披露合法维权所需信息。网约车是乘客短暂停留的封闭空间,在道路运输过程中,人身和财产安全是核心问题。在以往发生的案件中,乘客人身和财产安全受到威胁的情况较多,在非紧急的状态下,出于自身安全的考虑,乘客往往选择事后维权,而事后维权可能无法举证证明所受侵害的事实,这就需要网约车平台提供相应信息。上文提及的两案件发生后,有的网约车平台已经开始采取网约车内录音或录像的信息采集措施。网约车平台的信息披露义务一方面受法律直接规制,另一方面受平台自我承诺的规制,在法定要求中,如无特殊免责事由,平台无法提供相应信息的,应承担相应的法律后果。而在自我承诺的信息提供问题上,乘客对此有信赖利益的存在,即一旦发生需要平台提供其所承诺的信息的情形,平台应当提供;无法提供的,需承担乘客由此导致的举证不能的不利后果所造成的损失。

紧急情况下,网约车平台应向相关主体披露其所要求的信息。此处所指的相关主体,主要指网约车用户、利益相关人以及国家机关。所谓紧急情况,即类似本文提及的“郑州空姐乘顺风车遇害案”中民警要求网约车平台提供车辆和司机信息的情形,但并不限于此。乘客及其他利益相关人、相关国家机关要求网约车平台紧急披露相关信息的,网约车平台应当即时披露。《电子商务法》较为宽泛地要求电子商务平台依法律或行政法规的规定向有关国家机关履行信息披露义务,但并没有限定披露的程度、时效等问题,如果不加区分,极有可能出现网约车平台需要层层审核的问题,这对于紧急情形下的信息披露需求有害无益。这一点在《交通运输部办公厅公安部办公厅关于进一步加强网络预约出租汽车和私人小客车合乘安全管理的紧急通知》(交运办[2018]119号)(以下简称《紧急通知》)的“健全完善投诉报警和快速反应机制”中已有较为明细的规定,强调了紧急信息披露的即时性要求,但该《紧急通知》仅为规范性文件,难以满足信息披露义务规制的要求,希望在《电子商务法》实施细则或者相关司法解释中对此问题作出进一步的明确规定。

(三) 信息披露义务履行的程序性要求

网约车平台管控的信息包括两类,即乘客和司机的个人信息以及承运服务过程中的经营信息。尽管《电子商务法》主要规定了平台内经营者的信息保护义务,但由于网约车平台的特殊性,平台内经营者(司机)和消费者(乘客)的个人信息均由平台收集和使用,因此,其负有更高程度的信息保护义务。网约车平台的信息披露义务主要来源于两个方面:私法意义上的民事客运合同关系;公法意义上行政司法机关的公权力要求。

网约车平台对采集到的司机和个人信息负有保护义务。在私法领域,一方面,网约车平台不能在业务需要范围以外使用采集到的信息;另一方面,网约车平台也不能在没有合法理由的情况下向司机或乘客披露相关个人信息。尽管上文提及到网约车平台负有一般信息披露义务和特殊情境下的信息披露义务,但这些披露行为的作出必然以合法性为前提,亦即当乘客或其利益相关民事主体向网约车平台提出公共披露信息以外的披露要求时,网约车平台应当进行信息提供必要性和合法性审查。网约车平台在履行信息披露义务时同样应关注信息保护义务,相应信息披露后,获取信息的人应当承担相应的保密义务。

在公法领域,行政司法机关在特定情况下有权向网约车平台提出信息披露的要求,但即便如此,此披露义务的履行应当允许网约车平台依据法律和行政法规的要求提供。在网络时代新业态下,网约车平台在运营服务过程中享有垄断性的地位,包括信息搜集、纠纷处理等,但应当认识到,互联网新业态赋权性与安定性的平衡应由公权力与互联网企业共同维护^[10]。网约车平台所掌控的信息既关系到司机和乘客的个人信息,又包括其平台经营过程中的各类数据,包含人身利益和经济利益。在“郑州空姐乘顺风车遇害案”中,尽管舆论认为网约车平台未及时披露司机和车辆相关信息与案件结果的发生有很大关系,但客观上看仍然应当以法律规定的信息披露义务为前提,这也是案件发生后《紧急通知》对此作出直接规定的原因。在这种情况下,应当以驾乘安全为前提,及时提供信息配合调查,如需审查信息披露要求的合法性,可进行事后审查。

四、结 论

网约车平台的信息披露义务与其提供的服务和法律地位直接相关。我国《电子商务法》及其他相关法律法规和规范性文件对网约车平台的信息披露义务作出了规定,但目前看来仍然较为分散。网约车平台的信息披露义务本身非为限制网约车平台的权利或损害其利益,而在于更好地促进网约车产业的发展。由于网约车平台具有较强的信息控制能力,且车辆承运服务与司机和乘客的人身财产安全密切相关,因此将信息披露义务赋予了网约车平台。

在信息披露义务的履行过程中,网约车平台首先应当关注法律的直接规定,依法向相关主体提供常规性信息。涉及驾乘人员人身财产安全的信息披露需求,在审查其合法性的前提下应及时提供相关信息。而在特殊情境下,特别是国家机关提出信息披露要求时,网约车平台应持事后审查的原则,以驾乘安全为前提,积极履行其信息披露义务。

参考文献:

[1] 侯登华.“四方协议”下网约车的运营模式及其监管

路径[J].法学杂志 2016(12):68-77.

[2] 李雅男.网约车平台法律地位再定位与责任承担[J].河北法学 2018(7):112-126.

[3] 涂永前.类 Uber 平台型企业与个体承揽人之间的法律关系界定研究[J].社会科学家 2017(1):109-114.

[4] 薛虹.论电子商务第三方交易平台——权力、责任和问责三重奏[J].上海师范大学学报(哲学社会科学版) 2014(5):39-46.

[5] 陈越峰.“互联网+”的规制结构——以“网约车”规制为例[J].法学家 2017(1):17-31,175-176.

[6] 楼秋然.美国法上的网约车监管理论与实践——兼评七部门《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》[J].政治与法律 2017(10):100-112.

[7] 李帅.平台数据共享视阈下个人信息保护机制的构建[J].贵州师范大学学报(社会科学版) 2018(2):142-150.

[8] 闵丰锦.个人信息权保护的法律界限研究——基于欧洲人权法院 50 个判例的分析[J].重庆邮电大学学报(社会科学版) 2018(4):56-66.

[9] 钱玉文,陆刚.经营者的强制性信息披露义务研究[J].行政与法 2008(2):143-147.

[10] 马长山.互联网时代的双向构建秩序[J].政法论坛, 2018(1):131-137.

Information Disclosure Obligation of Online Car Hailing Platform from the Perspective of Electronic Commerce Law

ZHOU Kefang

(Intellectual Property Research Institute, Xiamen University, Xiamen 361005, China)

Abstract: In recent years, the information management and control problem of the network car hailing platform has been concerned. Being the service-providing e-commerce platform, online car hailing service has a stronger personal security protection requirement, which is different from the commodity-providing e-commerce platform that uses the physical goods as the transaction target. The network car platform has strong control ability over the driving information in the service provision process, and also bears the carrier's responsibility. The E-commerce Law sets the information disclosure obligation directly or indirectly for the e-commerce platform. In the case that the E-commerce Law does not explicitly stipulate or only provides the principled provisions, the network car platform should also handle the corresponding information separately according to the actual situation to meet the legal information disclosure requirements of passengers, stakeholders and state organs. Under normal circumstances, the network car platform needs to provide the general public with the platform information and the information of the operators in the platform, especially the basic information required by law. In special cases, it not only requires the network car platform to provide corresponding personal information and operation information. It is also necessary to meet the immediacy and comprehensive requirements of disclosure quality.

Keywords: e-commerce; online car hailing platform; personal information; information disclosure obligations

(编辑:刘仲秋)